

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perekonomian merupakan salah satu indikator kemajuan sebuah negara, negara sepenuhnya memberikan kebijakan dalam mengaturnya agar mempermudah masyarakat untuk mencapai kesejahteraan yang merata, selain hal di atas terdapat berbagai faktor yang berperan besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan beberapa diantaranya adalah kemajuan teknologi, peningkatan daya beli dan kecepatan distribusi barang. Dalam hal ini ritel sebagai salah satu unit distributor barang memegang peran penting dalam memajukan ekonomi bangsa. barang kebutuhan konsumen terdistribusikan sampai tingkat rumah tangga, sehingga masyarakat mudah untuk mengaksesnya, dan banyak usaha mulai dari PT sampai *Home bussines* berbasis ritel dan telah membekali diri dengan inovasi serta membuka cabang berbagai tempat yang mempermudah konsumen dalam mendapatkan layanan ritel.

Indonesia sebagai salah satu negara yang berkembang tidak lepas dari target ritel, banyak perusahaan baik lokal maupun nasional telah mendirikan usaha di banyak tempat di Indonesia, hal ini dikarenakan jumlah penduduk Indonesia yang terbesar nomor empat di dunia, jumlah penduduk yang banyak merupakan target pasar yang menguntungkan bagi pelaku usaha berbasis ritel, dikarenakan banyaknya potensi pasar yang mampu untuk dikuasai.

Berdasarkan Kemendag (Kementrian Perdagangan) selama periode April 2018-April 2019 industri ritel modern masih menunjukkan tren positif, di mana secara umum konsumsi FCMG (*Fast Moving Costumer Goods*) di ritel modern

Indonesia tumbuh sebesar 6,6% dengan perincian untuk format minimarket tumbuh 12,1%. Data ini dapat diartikan bahwa saat ini masyarakat lebih suka berbelanja kebutuhan sehari-hari di Toko swalayan yang berformat minimarket karena lokasinya lebih dekat dengan pemukiman, lebih praktis karena tanpa harus mengelilingi area belanja yang luas untuk mencari barang yang ingin dibeli. Hal ini dapat diartikan bahwa masyarakat sudah banyak beralih berbelanja di ritel modern khususnya minimarket.¹

Ritel merupakan sektor industri yang sangat populer dan sudah mendominasi kehidupan masyarakat Indonesia sejak dahulu. Ditandai dengan tersebarnya warung dan Toko kelontong di tiap daerah, mulai dari pelosok hingga Kota besar.² Ritel ialah kegiatan menjual barang atau jasa dengan cara satuan dan bertujuan untuk dikonsumsi bukan dijual kembali. Secara umum, ritel dibagi menjadi dua yaitu ritel modern dan ritel tradisional, adapun pangsa ritel modern di Indonesia saat ini didominasi oleh perusahaan minimarket indomaret, hal ini didukung dengan banyaknya gerai tersebut di di setiap daerah menunjukkan tingginya kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut, menurut website perusahaan indomaret sendiri, saat ini terdapat jumlah 19.891 gerai pada Maret 2022 yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia.³ sedangkan di ritel tradisional masih didominasi pasar tradisional dan Toko kelontong .

Toko kelontong adalah Toko yang menyediakan kebutuhan rumah tangga, seperti sembilan bahan pokok (sembako), makanan, dan barang kebutuhan rumah

¹ Diakses dari <https://www.kemendag.go.id/id/newsroom/media-corner/kemendag-industri-ritel-modern-masih-menunjukkan-tren-positif-1> pada tanggal 29 Mei 2022 pukul 00.13

² Destia Pentiana dan Evi Yuniarti, "Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Wiwiwi kelontong di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung", *Jurnal Ilmiah ESAI Volume 12, No. 1*, (Januari 2018), hal 25

³ Diakses dari <https://indomaret.co.id/home/index/sejarah-visi> pada tanggal 29 Mei 2022 pukul 1839 WIB

tangga. Toko kelontong ditemukan berdampingan dengan pemilik Rumah yang tidak jauh dengan masyarakat seperti perkampungan, perumahan dan yang sering ditemui di dalam gang⁴. Usaha Toko kelontong salah satu usaha yang masih mendapat peminat dari banyak kalangan. Usaha Toko kelontong tersebut termasuk dalam kategori usaha kecil dan dapat menunjukkan peranannya dalam kontribusi pembangunan nasional di Indonesia. Kenyataan tersebut dapat dilihat dari banyaknya usaha besar yang jatuh dan tidak mampu untuk bertahan saat terjadi krisis global pada akhir 1997. Kenyataan tersebut berbeda dengan usaha kecil yang mampu bertahan disaat situasi yang kurang kondusif.⁵

Terdapat beberapa alasan mengapa Toko kelontong banyak diminati oleh masyarakat, beberapa diantaranya yakni tidak perlu modal besar untuk memulai, sistem bisnisnya sederhana, dan keuntungan yang pasti dikarenakan banyak masyarakat yang membutuhkan. Oleh sebab itu banyak masyarakat yang membuka Toko kelontong baik sebagai bisnis utama maupun bisnis sampingan. Sehingga jumlah Toko kelontong meningkat dari waktu ke waktu.

Keberadaan Toko kelontong sangat membantu kehidupan masyarakat sekitarnya, hal ini dikarenakan barang yang mereka jual adalah barang kebutuhan sehari hari, sehingga target pasar dari Toko kelontong akan tetap ada dan alasan inilah banyak masyarakat memulai usaha dengan konsep yang sama. Akan tetapi, dengan semakin banyaknya jumlah Toko kelontong yang ada tentunya menimbulkan persaingan yang semakin kuat sehingga menimbulkan kompetisi

⁴ Muhammad Rizky Novriady, "Dampak Berkembangnya Waralaba Minimarket (Indomaret Dan Alfamart) Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Atau Wiwiji kelontong Di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin", *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, Vol. 4 No. 2, (2021), 455

untuk mempertahankan usaha, bahkan ada yang mendominasi pasar, Salah satu ciri pelaku usaha memegang posisi dominan adalah kemampuan untuk mengatur pasokan atau penjualan. Kemampuan ini pada umumnya diperoleh karena pelaku usaha tersebut mempunyai pangsa pasar yang lebih besar dibandingkan dengan pelaku usaha pesaingnya⁶. Kondisi persaingan seperti ini tentunya menyebabkan pihak yang terseleksi bahkan tak jarang pula persaingan tidak sehat dilakukan dengan tujuan memperkaya diri, hal ini tentu memberikan dampak pada kompetitor yang lain mulai dari penurunan penghasilan, kerugian bahkan gulung tikar.

Etika Bisnis Islam tidak melarang persaingan usaha, akan tetapi islam tidak membenarkan persaingan tidak sehat, persaingan yang semata bertujuan untuk menjatuhkan yang lain dan mendapatkan keuntungan sebesar besarnya karena hal itu hanya akan menjauhkan seorang hamba dari Alloh SWT. Di samping itu, Etika Bisnis Islam membatasi seorang dalam berbisnis agar tidak terjerumus pada persaingan yang tidak sehat karena sejatinya manusia membutuhkan harta dalam kehidupannya serta amal ibadah untuk bekal akhiratnya, dan dengan menerapkan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dapat membimbing manusia menuju *salamatan fi dun ya wal akhiroh*.

persaingan antar Toko kelontong saat ini menuntut pemilik Toko kelontong untuk melakukan berbagai upaya agar dapat bertahan, dan adanya Etika Bisnis Islam memberikan arahan dan larangan dalam berbisnis, syari'at islam menjelaskan bagaimana etika yang harus dilakukan oleh para pebisnis muslim dan diharapkan bisnis tersebut akan maju lantaran selalu mendapatkan berkah

⁶ Zulvia Makka, "Bentuk Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Pesaing terhadap Posisi Dominan dalam Penerapan *Rule of Reason*", *Jurnal Persaingan Usaha*, Vol. 02 (2021), 6

dari Allah SWT. Etika Bisnis Islam menjamin, baik pebisnis, mitra bisnis, maupun konsumen, masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan tanpa ada yang dirugikan.

Islam menjelaskan tentang istilah ukhuwah insaniyah (persaudaraan sesama manusia) artinya sesama saudara di haruskan untuk memikirkan satu sama lainnya. Karena dalam Islam setiap, seseorang pada dasarnya bukan seseorang tertentu atau anggota ras, kelompok atau negara tertentu. Dengan kata lain setiap orang adalah bagian dari orang lain karena merupakan hamba Allah dari satu sumber keturunan. Sehingga pada dasarnya mengandung makna persatuan fundamental dan persaudaraan umat manusia⁷.

pandangan Etika Bisnis Islam menyatakan persaingan seperti ini tidak tepat jika tidak diimbangi dengan upaya merangkul bersama dalam bentuk kerjasama, karena mengambil langkah ekspansif dengan tujuan mengambil keuntungan sebesar-besarnya, akan berdampak ke Toko kelontong lain yang sama-sama menjual barang kebutuhan pokok. Dalam prinsip ekonomi Islam terdapat beberapa prinsip yang harus dipatuhi yakni, kebebasan individu, hak terhadap harta, ketidak samaan ekonomi dalam batas wajar, kesamaan sosial, jaminan sosial, distribusi kekayaan secara luas, larangan menumpuk kekayaan, kesejahteraan individu dan masyarakat. Dalam hal ini bentuk pelanggaran yang disebabkan atas langkah ekspansif ialah kesamaan sosial, Islam tidak mendukung kesenjangan ekonomi akan tetapi Islam mendukung kesamaan ekonomi yakni bahwa kekayaan yang dimiliki tidak cukup untuk dinikmati sekelompok tertentu

⁷ Lukman Hakim, *Prinsip Prinsip Ekonomi Islam* (Penerbit Erlangga : Jakarta, 2012) 4

akan tetapi sangat penting bagi individu untuk memiliki ruang dalam bidang yang sama di bidang ekonomi.

Persaingan antara sesama Toko kelontong juga terjadi di Kota Sampang yang terletak di Pulau Madura, Jawa Timur. apabila membahas retail tradisonal tentu memiliki permasalahan yang sama pada umumnya. Hampir di tiap sudut Kota dapat ditemukan Toko kelontong bahkan ada yang berdekatan sekaligus. Hal ini tentunya mempermudah masyarakat dalam mencari barang kebutuhan.

Dan untuk data mengenai Toko kelontong di Sampang dapat dilihat dari tabel berikut

Tabel 1.1
Jumlah Persebaran Toko kelontong Kecamatan Sampang
Tahun 2020

| No | Desa/Kelurahan | Jumlah Toko kelontong |
|-----|----------------------|-----------------------|
| 1. | Pulau Gili Mandangin | 129 |
| 2. | Aengsareh | 28 |
| 3. | Polagan | 57 |
| 4. | Banyuanyar | 128 |
| 5. | Gunung Maddah | 80 |
| 6. | Rong Tengah | 151 |
| 7. | Karang Dalam | 142 |
| 8. | Gunung Sekar | 362 |
| 9. | Dalpenang | 149 |
| 10. | Pasean | 9 |
| 11. | Panggung | 25 |
| 12. | Baruh | 18 |
| 13. | Taman Sareh | 15 |
| 14. | Pakalongan | 17 |

| | | |
|-----|------------|----|
| 15. | Tanggumong | 36 |
| 16. | Kamoning | 19 |
| 17. | Banyumas | 14 |
| 18. | Pangelen | 25 |

(sumber : Kecamatan Sampang dalam angka 2020)

tabel di atas menunjukkan bahwa Toko kelontong ada di setiap kelurahan di Kota Sampang, dan jumlah ini akan terus bertambah seiring waktu berjalan. Dan jika dilihat dari tabel diatas terdapat pula Desa Aengsareh yang masih memiliki 28 Toko kelontong .

Sementara itu Desa Aengsareh yang berjarak 1km dari arah barat ibuKota Kabupaten Sampang merupakan daerah yang didominasi pertambakan dan pertanian. banyak masyarakatnya berprofesi sebagai nelayan, petani garam, petani sawah serta pedagang. Ditambah keberadaan pasar didalamnya dan dilintasi jalur alternatif antar Kabupaten, membuat Desa ini sering dilalui kendaraan terutama pengendara motor, hal ini cocok untuk digunakan sebagai tempat berdagang, penduduk yang rumahnya bersebelahan langsung dengan jalan mendirikan Toko , seperti mebel, makanan, dan Pakaian. Dan dari semua Toko tersebut hal yang paling sering ditemui adalah Toko yang menjual barang kebutuhan sehari hari. Akan tetapi banyak penduduk disana yang membuka usaha sejenis bahkan usaha tersebut saling berdekatan,.atas dasar ini banyak\pelaku Toko kelontong sekitar berlaku kompetitif satu sama lain dengan cara menggunakan berbagai strategi yang bisa di lakukan. Dan ditengah persaingan tersebut apakah strategi yang dilancarkan oleh pelaku usaha sesuai dengan Etika Bisnis Islam dalam segi kesatuan, keseimbangan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab dan kebenaran?

Berdasarkan alasan permasalahan diatas menjadi dasar peneliti untuk terjun ke lapangan guna menelaah lebih dalam mengenai “Persaingan Bisnis Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Pada Toko Kelontong di Desa Aengsareh Kecamatan Sampang” , dengan begitu adanya skripsi ini nantinya dapat dijadikan acuan bagi para mahasiswa khususnya mahasiswa ekonomi Islam dalam memulai bisnis, dibutuhkan perencanaan strategi yang matang dan pengelolaan keuangan yang relevan dengan berlandaskan prinsip prinsip Etika Bisnis Islam, sehingga persaingan dapat berjalan berdampingan tanpa menimbulkan kesenjangan.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan paparan permasalahan yang terjadi diatas maka yang menjadi pertanyaan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persaingan bisnis Toko kelontong di Desa Aengsareh Kecamatan Sampang?
2. Bagaimana strategi persaingan bisnis Toko kelontong di Desa Aengsareh Kecamatan Sampang?
3. Bagaimana persaingan bisnis dan strategi Toko kelontong di Desa Aengsareh Kecamatan Sampang dalam perspektif Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas hal yang ingin peneliti gali dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui persaingan bisnis Toko kelontong di Desa Aengsareh Kecamatan Sampang?
2. Untuk Mengetahui strategi persaingan bisnis Toko kelontong di Desa Aengsareh Kecamatan Sampang?

3. Untuk Mengetahui persaingan bisnis dan strategi Toko kelontong di Desa Aengsareh Kecamatan Sampang dalam perspektif Etika Bisnis Islam?

D. Definisi Istilah

Dalam rangka memudahkan pembaca dalam memahami kata kata yang sulit dimengerti maka diperlukanlah definisi istilah sebagai titik terang, beberapa kata yang dipastikan sering muncul dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Toko kelontong

Toko kelontong adalah Toko yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari. Produk yang dijual biasanya peralatan dan kebutuhan rumah tangga, seperti beras, bumbu dapur, peralatan mandi, sabun mencuci Pak aian, pembersih rumah, dan lain sebagainya.

2. Persaingan usaha

Persaingan adalah upaya untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang di lakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, dan pertahanan. Sedangkan usaha adalah kegiatan yang dilakukan secara terorganisasi dan terarah untuk mencapai sasaran yang sudah ditentukan secara tetap, baik yang dilakukan secara individu maupun kelompok. Jadi, dapat disimpulkan persaingan usaha adalah Persaingan usaha atau bisnis adalah usaha-usaha dari dua pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan.

3. Ritel

Bisnis Ritel atau disebut bisnis eceran adalah salah satu cara pemasaran produk meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan

barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis. Organisasi ataupun seseorang yang menjalankan bisnis ini disebut sebagai pengecer.

4. Etika Bisnis Islam

Etika merupakan aplikasi ke dalam watak moralitas. Etika juga bisa berarti bagaimana tindakan-tindakan moral manusia. Selain itu, etika juga memiliki pengertian yakni sebagai aktualisasi kehidupan yang baik secara moral.

Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu dan organisasi yang menciptakan nilai melalui produk barang dan jasa untuk memperoleh keuntungan dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Sedangkan Islam Sendiri adalah Agama yang diturunkan oleh Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW untuk mengatur hubungan manusia dengan Allah, dengan dirinya, dan dengan sesamanya. Agama Islam merupakan Agama yang diridai Allah sebagaimana yang disebutkan di dalam Al-Qur'an.

Berdasarkan ketiga pengertian tersebut dapat diartikan bahwa Etika Bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar menurut syariat Islam

Berdasarkan definisi istilah tersebut Persaingan Bisnis dalam Perspektif Etika Bisnis Islam pada toko kelontong merupakan sebuah penelitian yang terfokus pada persaingan usaha pada toko kelontong

mencakup kondisi dan strategi persaingan dalam segi pelayanan serta pandangannya dalam etika bisnis Islam, berdasarkan 5 prinsip etika bisnis islam yakni kesatuan, kebenaran, tanggung jawab, kehendak bebas dan keadilan.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur di perpustakaan dan dapat dijadikan sebagai referensi dalam bidang ekonomi khususnya dalam persaingan usaha dan Etika Bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini nantinya dapat memberitahukan kepada pembaca bahwasanya keadaan usaha khususnya di dalam Desa Aengsareh Kecamatan Sampang, saat ini dihadapkan dengan tantangan dan ujian, salah satunya berupa ketatnya persaingan usaha Toko kelontong , sehingga mahasiswa khususnya ekonomi dapat memahami keadaan lapangan dan juga memberitahukan bahwasanya ditengah ketatnya persaingan seperti itu masih terdapat Etika Bisnis Islam yang diterapkan oleh pelaku bisnis. Dengan begitu diharapkan nantinya pembaca dapat mengatasi semua permasalahan yang sedang terjadi, dan diharapkan nantinya dapat dijadikan pedoman dalam memulai usaha yang menguntungkan baik di dunia maupun akhirat.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai Penerapan Etika Bisnis sebelumnya telah dibahas oleh saudari Nining Isnayni, yang merupakan mahasiswa dari UIN Sunan Kalijaga , dalam skripsinya yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu di Desa Karanganyar, Weru, Sukoharjo” membahas tentang bagaimana Etika Bisnis Islam diterapkan oleh para produsen tahu disana, mengingat di Kota sukoharjo sendiri terdapat banyak industri tahu. Pokok pembahasan dari penelitiannya ialah penerapan Etika Bisnis Islam dalam

aspek persaingan produksi, persaingan produk, persaingan harga dan persaingan pemasaran.

Penelitian kedua dilakukan oleh saudara Hendik Agus Kurniawan yang merupakan mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, dalam penelitian skripsinya yang berjudul “persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan, Surabaya)” dalam penelitiannya tersebut mengangkat permasalahan tentang penerapannya etika bisnis dalam persaingan usaha antar pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, Surabaya, dalam penelitian ini terdapat beberapa hal yang menjadi fokus persaingan yakni yang dipersaingkan yaitu yang pertama persaingan dalam segi produk, persaingan dalam segi harga, persaingan dalam segi tempat, persaingan dalam segi pelayanan.

Penelitian ketiga dilanjutkan oleh saudari Sundari yang merupakan mahasiswi dari IAIN Ponorogo, dalam penelitiannya yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo” yang mana dalam penelitiannya tersebut mengangkat permasalahan tentang persaingan usaha pedagang dalam suatu pasar di daerah penelitian dan hasilnya terdapat beberapa strategi yang ditemui dipasar dan bertentangan dengan Etika Bisnis Islam beberapa diantaranya seperti menebarkan isu buruk tentang produk suatu pedagang, perang harga dan menjelekkkan pedagang lainnya. Dan adapula yang memilih menghindar, melayani pedagang dengan adil dan fokus meningkatkan kualitas pelayanannya yang mana hal tersebut sesuai dengan Etika Bisnis Islam.

Penelitian selanjutnya berasal yakni dari saudari Putri Wita Stefhani yang merupakan mahasiswi INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO, dalam penelitiannya yang berjudul “Persaingan Usaha dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)” mengangkat permasalahan tentang persaingan antara warung sayur dengan pedagang sayur keliling,

Tabel 1.2

Perbandingan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya

| No | Judul Skripsi | Perbedaan | Persamaan |
|----|--|--|---|
| 1 | Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu di Desa Karanganyar, Weru, Sukoharjo | pembahasan dari penelitiannya ialah penerapan Etika Bisnis Islam dalam aspek persaingan produksi, persaingan produk, persaingan harga dan persaingan pemasaran produsen tahu. Sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi yang dilakukan oleh pedagang secara | Membahas tentang persaingan yang terjadi dalam usaha, serta pandangannya dalam etika bisnis islam |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | keseluruhan terutama dalam pelayanan dan pandangannya dalam etika bisnis islam | |
| 2 | Persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan, Surabaya) | Menjelaskan tentang penerapan etika bisnis islam dalam persaingan usaha dan fokus persaingan yang dipersaingan yaitu : pertama persaingan dalam segi produk, persaingan dalam segi harga, persaingan dalam segi tempat, persaingan dalam segi pelayanan pada pedagang sembako dalam sebuah pasar tradisional,. Sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi yang dilakukan oleh pedagang secara | Membahas tentang persaingan yang terjadi dalam usaha, serta pandangannya dalam etika bisnis islam |

| | | | |
|---|--|--|--|
| | | keseluruhan terutama pelayanan dan pandangannya dalam etika bisnis islam | |
| 3 | Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo | Yang menjadi fokus penelitian adalah persaingan dari segi harga, pelayanan dan kualitas produk sementara penelitian ini membahas tentang strategi yang dilakukan oleh pedagang secara keseluruhan terutama pelayanan dan pandangannya dalam etika bisnis islam | Membahas tentang persaingan usaha antar pedagang dan pandangannya dalam etika bisnis islam |
| 4 | Persaingan Usaha dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa | Menjelaskan tentang persaingan antara pedagang sayur keliling dengan warung sayur dalam perspektif etika | Membahas tentang persaingan yang terjadi dalam usaha, serta pandangannya |

| | | | |
|--|--|---|-----------------------------|
| | Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur) | bisnis Islam secara umum, sedangkan penelitian ini menjelaskan tentang persaingan bisnis antar peritel dalam perspektif etika bisnis islam berdasarkan prinsip ketauhidan, kebenaran, tanggung jawab, kehendak bebas dan kejujuran | dalam etika bisnis islam |
|--|--|---|-----------------------------|